

## ABSTRAK

VSC ROASTERY merupakan salah satu *coffee shop roastery* dari Tasikmalaya yang berdiri sejak tahun 2017. Penjualan difokuskan pada produk kebutuhan seduh kopi. Pemasaran dilakukan secara *offline* dan *online* dengan penjualan selama tahun 2021 masih belum bisa mencapai target. Salah satu penyebabnya karena masih rendahnya *awareness* masyarakat terhadap produk VSC ROASTERY. Perancangan perbaikan program komunikasi pemasaran terpilih sebagai solusi untuk dikaji lebih lanjut pada Tugas Akhir. VSC ROASTERY sudah menerapkan bauran komunikasi pemasaran, namun penggunaan *tools*nya belum dilakukan secara optimal.

Tugas Akhir menggunakan metode *benchmarking* untuk mengidentifikasi *gap* dan mendapatkan informasi program komunikasi pemasaran terbaik dari *partner benchmark* sebagai referensi perbaikan. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) digunakan untuk memilih *partner benchmark*, juga sebagai alat penentu prioritas dari 8 kriteria komunikasi pemasaran.

Perancangan menghasilkan 13 rekomendasi perbaikan program komunikasi pemasaran yang diintegrasikan dengan aspek *man*, *machine* dan *information* untuk setiap kriterianya. Urutan pertama prioritas implementasi yaitu kriteria *online and social media marketing*. Diharapkan usulan rancangan dapat meningkatkan *awareness*, maupun penjualan produk VSC ROASTERY.

**Kata Kunci— VSC ROASTERY, Benchmarking, Analytical Hierarchy Process (AHP), Komunikasi Pemasaran, Kopi**